

青木功が語る松山英樹メジャーVの可能性

決定! オリンピック強化指定選手16人

週刊

パ・ゴルフ

宮里藍&宮里美香は?
米女子ツアー
開幕戦速報

2017 2015 Vol.6
定価 390 yen

シード権を獲得した
美人ルーキー
藤田光里、
2年目の誓い!

新作が続々登場
ダイヤル式
シユースの実力度

小平智が開眼した
バンカーシヨットテク

ボールを打たずに
上達する
すごい練習法
T・ウツスとC・ユモが
取り組んでいること

憧れのスイングをあなたに
左肩リードで
ダウジング
ロードで
ローが打てた!!



経営者の心をつかむプロ内田雅章氏が提言

男子ゴルフ界活性化論



うちだまさあき
早稲田大学卒業後、三井物産に入社。その後、UFJ銀行(現三井住友銀行)に入社。現在は、UFJ銀行(現三井住友銀行)のクラブアドバイザーとして、さまざまな企業にゴルフの普及を促している。現在は、企業を主とするTOP CONNEX株式会社の代表取締役。経営者や経営者への講演活動も行う。

昨年プロテスト合格者が参加したPGA入会セミナー。新人プロの進路行事だが、プロゴルファーとして、そして、社会人として必要な幅広い知識分野の講義を受ける。今回は「風変わりな講義が行われた。ヒューマンコーディネーターの内田雅章氏による「どうやってスポンサーをつかむか」をテーマにした話だ。内田氏の話から、低迷する男子ゴルフ界の活路を見いだすヒントがあった。

「私にできることはないですか？」を口グセにしたらスポンサーを喜ばせられる

スポンサーが求めるのは優勝や成績だけではない

昨年のPGAプロテストの合格者が参加した入会セミナーで、ひときり関心を集めたのが、内田雅章氏の講義である。内田氏は、かつては銀禧員だった

が、30歳で銀禧のクラブを継承したり、さまざまな会社を起業するなど、さまざまな経験を持っている。現在は人脈を生かして、企業マッチングを主とするコンサルティングを行っている。ゴルフ界でいえば、大会主催者や選手のスポンサーをする経営者の友人知人も多い。いわば経営者の心をつ

かむプロである。人のつながりからスポンサーを獲得する方法を教えた。プロスポーツは、スポンサーなくしては成り立たない。ゴルフでいえば大会の主催者であり、遠征費など多額の費用をサポートしてくれる個人スポンサーも欠かせない。「優勝しているとか、成績がいいリ」スポンサーを取れる、というのは一理ありますが、それだけではないのです」

実力があり、右名選手になれば、宜しく依頼を期待し、スポンサーはつきやすい。しかし、スポンサーが求めているのは、そういう部分だけでは

ない。今年の男子ツアーの試合数27に対して女子は17と、格差を極める。選手個人をとつてもスポンサーがつく選手は女子のほうが多い。「女子ツアーの主催者の友人に聞くと、大会開催費用が安く、プロアマでかわいい女子プロが接待してくれるから気持ちがいいといいます。こうして女子はスポンサーの心を満たしているのです。男子も男子ならではのやり方があります」

プロアマの違いはこれまでも比較されてきた部分であり、男子ツアーでも課題としてきたが、男子ならではのやり方もあるという。

「自分の利益だけで人に働きかけると相手にされない。相手が喜ぶことを聞いたり、行動することで心をつかめます。例えば、異性と交際したいときと同じ。相手が喜ぶようなことをして自分に関心向けさせるといいと思います。経営者と話をするときは、経営者が興味のある話をするのが大切です。女子は仕事の話はほとんどしないので、男子には向いています」

経営者を喜ばせることが、スポンサー獲得への第一歩である。ただ、多くのプロゴルファーは、自分と趣向の経営者とういう話をしてい

いのが、分からない。百戦錬磨の内田氏は具体例を挙げる。「プロゴルファーにゴルフの話をするのと興味を持ってもらえるのと同じで、経営者は仕事の話をするのが好きなんです。自分が話したいこと、自慢したいことを聞かれると、いい気分になるものです」

仕事内容に詳しくなくても、対処法もある。「初対面のときに『社長の会社はどんな仕事をしているんですか』と質問します。それに対して返答があり、よく理解できなくても『なんか、そりゃすごいですね』といえはいいの

です。決して分からないのに『すごいですね』といつてはダメです。うそになってしまうから。そしてどうやって利益を生むのか仕組みを聞きま。さらに殺し文句的に『私がお役に立てることはないですか？』といふと、いい印象しか持たれません」

仕事のことを分からないから聞かないのではなく、相手を喜ばせるための聞き方があるのだ。ゴルフ好きの経営者が多いことから、プロゴルファーに興味を持つ人は多い。経営者とのきっかけをつかみ、簡単なことを頼まれてから信用を得ることが将来的につながっていくのだ。

「スポンサーをしてもらって、仮に試合で勝てなくても、結果が出なくても、その会社に対して別の貢献があるのです。会社の社員にゴルフのレッスンをするとか。ゴルフがうまいというのは大きな武器でもあります。スポンサーに対して、常に『私にできることはないですか？』と、全プロゴルファーが口グセのようにいえば、必ず喜ぶのです」

言葉や行動によって、相手に与える印象は大きく変わるといふ。

ギャラリィへの行動はスポンサーに直結する

スポンサーばかりを見てはいけ

いというものでもない。トーナメントを観戦に来るギャラリィの存在も欠かせない。

「優勝者の素行が悪いとゴルフ業界のイメージが悪くなってスポンサーが離れていきます。しかし、スポンサーの喜ばせられたいというものはありません。ギャラリィにスポンサーも交じっているのです。スポンサーの家族や友人、お客さんがいて、ギャラリィが風評を伝えています。スポンサーも、ギャラリィから情報を集めているのです」

ギャラリィの前の行動が、スポンサーに直結する。ツアーで活躍できなくなった後、ツアーチャンクプロになった場合、ファンが多かつた人は生徒も多くなる、と分析する。加えてメディアの重要度も高く。

「メディアと仲よくなることで、記事が大きくなりやすい。大手メディアだけでなく、地方新聞社の存在は欠かせません」

メディアに取り上げられることで知名度がアップし、応援を受けやすくなる。さらに、地方の新聞社は地元企業について詳しく、どの企業の業績がよくてゴルフに興味があるのか情報を収集でき、スポンサー獲得にもつながる。

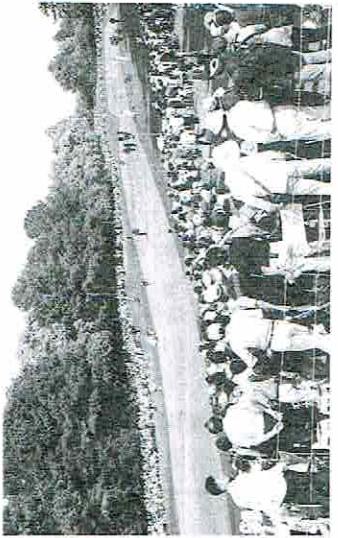
新人プロゴルファーと接した内田



ルーキープロたちは経営者の心のつかみ方に興味津々だった

氏は、講義後にこう話した。「ゴルフがうまいということを知りたてない。逆に彼らは知りたかつたし、知る方法がなかつたという現状です。男子プロの魅力は十分にありますが、意識もあるので、やり方を教えることが大事だと思います」

内田氏がいうように選手がスポンサーに喜ばれると、スポンサーである企業の従業員の関心も高まる。ギャラリィに喜んでもらえれば、ファンは増える。メディアに取り上げられて知名度が上がれば、応援する人も増える。選手への関心が高まれば、ギャラリィ数や視聴率の増加にもつながる。すべてはスポンサーとギャラリィに喜んでもらうことが、ゴルフ界の繁栄につながるのだから。



スポンサーとギャラリィに喜んでもらうことがゴルフ界の発展につながる